

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

#### **4.1 Deskripsi Obyek Penelitian**

Tokopedia.com adalah salah satu perusahaan jual beli berbasis digital terbesar di Indonesia. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Dengan mengusung model bisnis marketplace dan mall online, Tokopedia memungkinkan setiap individu, toko kecil dan brand untuk membuka dan mengelola toko online. Sejak diluncurkan sampai hingga akhir 2015, layanan dasar Tokopedia bisa digunakan oleh semua orang secara gratis.

Tokopedia memiliki visi untuk “Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet”, Tokopedia mempunyai program untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara online.

Tokopedia.com resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. PT Tokopedia mendapatkan seed funding (pendanaan awal) dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya, Tokopedia kembali mendapatkan suntikan dana dari pemodal ventura global seperti East Ventures (2010), Cyber Agent Ventures (2011), Netprice (2012), and SoftBank Ventures Korea (2013).

Lalu pada Oktober 2014, Tokopedia berhasil mencetak sejarah sebagai perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara, yang menerima investasi sebesar

USD 100 juta atau sekitar Rp 1,2 triliun dari Sequoia Capital dan SoftBank Internet and Media Inc (SIMI). Pada tanggal April 2016, Tokopedia kembali dikabarkan mendapatkan investasi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp 1,9 triliun.

Sejauh ini, PT Tokopedia telah beberapa kali dianugerahi penghargaan antara lain: Marketeers of the Year 2014 untuk sektor E-Commerce pada acara Markplus Conference 2015 yang digelar oleh Markplus Inc tanggal 11 Desember 2014. Pada tanggal 12 Mei 2016, Tokopedia terpilih sebagai Best Company in Consumer Industry dari Indonesia Digital Economy Award 2016.

Tetapi, siapa sangka, William Tanuwijaya, salah seorang pendiri perusahaan tersebut, mengaku sempat dianggap remeh oleh orang sekitarnya. Banyak kisah yang mengiringi keberadaan Tokopedia setelah lima tahun berdiri. William yang kini menjabat sebagai CEO perusahaan tersebut, menuturkan beberapa cerita menarik yang sarat dengan kerja keras, seperti dikutip dari [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com).

Setelah berdiri tahun 2009, William berjerih payah membangun Tokopedia dengan modal seadanya. Kemudian tak lama investor mulai berdatangan, salah satunya East Ventures. William mengungkapkan, saat awal berdiri, 90 persen saham di Tokopedia dimiliki oleh investor lokal. Ia mengaku sulit sekali meyakinkan para investor untuk mau berinvestasi karena mereka khawatir Tokopedia ‘kabur’ setelah diberi suntikan dana.

Namun kini, Tokopedia banyak mendapat suntikan dana dari asing. Setiap tahun sejak tahun 2010, Tokopedia selalu mendapat investasi dari East Ventures (pada 2010), CyberAgent Ventures (2011), Beenos (2012), dan SoftBank (2013).

Terakhir, Tokopedia mendapat investasi lagi dari SoftBank dan Sequoia Capital pada Oktober 2014 senilai US\$ 100 juta atau sekitar Rp 1,2 triliun. William mengklaim, investasi kepada perusahaannya ini merupakan yang terbesar bagi perusahaan internet Indonesia dan Asia Tenggara. Ia merupakan salah satu pemimpin yang menaruh perhatian besar pada pengembangan keahlian sumber daya manusia. Dalam menghadapi pasar dan kompetitor asing, William mengaku bahwa mereka memiliki ‘dapur’ teknologi dan ekosistem lebih mumpuni.

#### **4.2 Isyana Sarasvati dan Iklan Tokopedia**

Sejak tanggal 21/10/2015 Isyana Sarasvati telah menjadi ambassador iklan tokopedia. Pihak CEO perusahaan memilih penyanyi wanita solo tersebut karena menganggap bahwa beliau adalah publik figur yang memiliki persamaan misi dengan toko online tersebut. Perjanjian ini disambut bangga oleh musisi wanita bertalenta itu, beliau menyatakan akan mendukung apa yang selama ini dilakukan oleh pihak tokopedia.

Iklan pertama Isyana Sarasvati bersama tokopedia yang berdurasi 30 detik ini sudah dapat kita saksikan di televisi nasional. Seperti iklan lucu tokopedia sebelumnya, iklan lucu yang dibintangi musisi wanita ini tersajikan dengan natural. Layaknya seorang wanita dalam masa PMS, Isyana Sarasvati berakting dengan memberi informasi mengenai barang apa saja yang dapat kita peroleh saat membuka situs tokopedia, seperti: sisir, catok, gunting, topi, dan lainnya. Penasaran dengan isi cerita iklan tersebut? Silahkan lihat video yang berjudul Bad Hair Day di bawah ini.

Dan ini yang terbaru. Diam-diam ternyata Isyana menyimpan ilmu tersembunyi. Terbukti saat Isyana sedang asik makan siang, segerombolan gangster datang menyerbu. Tanpa ragu, Isyana beraksi melumpuhkan para gangster satu per satu. Dari mana jurus tersebut ia dapatkan? Hanya video ini yang mampu mengungkapkannya.

